

# VOEDINGSRECLAME GERICHT OP KINDEREN

## DEELRAPPORTAGE PRIMAIR ONDERWIJS

FEBRUARI 2016

Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport

YOUNGWORKS

# OPZET

**Voedingsreclame op school**
In opdracht van het ministerie van VWS heeft Youngworks onderzoek onder schooldirecteuren in het primair onderwijs verricht. Doel van het onderzoek is om inzicht te krijgen in manieren waarop de voedingsmiddelenindustrie aanwezig is en verbinding zoekt met het primair onderwijs.

**Kwalitatieve interviews**
Er is gestart met acht verkennende telefonische interviews met directeuren in het primair onderwijs. De directeuren zijn geworven uit een bestaand panel, waar Youngworks vaker mee werkt. Voor het voeren van de kwalitatieve gesprekken is voorafgaand een gesprekspuntenlijst opgesteld.

**Online vragenlijst**
Op basis van de inzichten uit het kwalitatieve onderzoek onder directeuren, stelde Youngworks een vragenlijst voor online onderzoek samen. De vragenlijst bestond uit 18 vragen (matrix, stellingen, keuzevragen en open vragen). In de periode van 1 t/m 6 februari 2016 vulden de directeuren de vragenlijst online in.

**Output**
De antwoorden van de basisschooldirecteuren zijn volledig anoniem verwerkt en geanalyseerd door Youngworks. De belangrijkste resultaten uit het onderzoek zetten we uiteen in dit beknopte rapport. Ter verdieping zijn (*cursief*) quotes uit de telefonische interviews toegevoegd.

**Respons van 242 directeuren primair onderwijs**
In totaal namen 242 basisschooldirecteuren deel aan het kwantitatieve onderzoek. De steekproef van de directeuren is representatief naar denominatie, grootte van de school (aantal leerlingen) en (vakantie)regio (Noord, Midden, Zuid). De uitkomsten zijn daarom niet gewogen.

# 1. VOEDINGSBELEID OP SCHOOL

**Schoolteam en -directie meest bepalend bij voedingsbeleid op school**

- Hieronder staan de partijen die een rol spelen als het gaat om het voedingsbeleid op school op een rij (meerdere antwoorden waren mogelijk):
  - Schoolteam: 85%
  - Schooldirectie: 81%
  - Ouders/ouderraad: 57%
  - MR: 53%
  - Gemeente: 11%
  - Schoolbestuur: 6%
  - Anders, namelijk: 5%
    (Gegeven antwoorden zijn onder meer: GGD, leerlingenraad, managementteam, tussenschoolse opvang)

*'Meningen van ouders komen steeds meer op school binnen. De ene zegt 'Mijn kind lust geen fruit', de ander zegt 'Waarom niet elke dag fruit?', het gaat om tussenoplossingen zoeken.'*

**Beleid over gezond eten en drinken is niet vastgelegd in schoolbeleid...**

- 98% van de directeuren geeft aan dat er bij hen op school geen beleid over gezond eten en drinken is vastgelegd in het schoolbeleid.

**... maar gezonde voeding wel opgenomen in het onderwijsprogramma van school**

- Bij driekwart (76%) van de directeuren is gezonde voeding opgenomen in het onderwijsprogramma van de school en twee derde van de directeuren geeft aan dat bij hen op school structureel aandacht wordt besteed aan gezonde voeding.

*'We willen als school uitdragen dat we bewust met voeding bezig zijn. Het is niet verplicht, maar we stimuleren het eten van fruit. Ik wil niet op de stoel van ouders gaan zitten, maar ik vind een Mars om 10 uur niet oké.'*

**Bijna twee derde zegt ouders aan te spreken als het kind ongezonde voeding meeneemt naar school**

- Op een meerderheid van de scholen zijn bepaalde ongezonde voedingsmiddelen niet toegestaan; 62% van de directeuren geeft dit aan. Volgens twee derde van de directeuren worden ouders er op aangesproken als kinderen ongezonde voedingsmiddelen meenemen naar school.
- Traktaties daarentegen hoeven niet gezond te zijn op school, volgens 62% van de directeuren.

*'Traktaties, daar zijn we stellig in. 1 keer per jaar jarig, dat moet een feestje zijn, hoeft niet gezond te zijn, mag ook chips zijn of iets dergelijks. We proberen het wel te stimuleren dat ze gezonde voeding meenemen.'*

*'Traktaties, daar lukt het niet mee. Het is een dringend advies, maar het is moeilijk. Een bepaald deel wil het gewoon niet. We kunnen het niet verbieden. Bij scholen met hoogopgeleide ouders lukt het beter, daar begrijpen ouders dat gezonde voeding belangrijk is.'*

- Een derde van de directeuren (32%) geeft aan dat hun school volgens de 'Gezonde School'-aanpak werkt.

# 2. ROL VAN SCHOOL OMTRENT GEZONDE VOEDING

**Meerderheid directeuren erkent belang aandacht voor gezonde voeding**

- 86% van de directeuren vindt het belangrijk dat zij als school aandacht besteden aan gezonde voeding. Volgens ruim de helft (56%) heeft de school dan ook als taak om onderwijs omtrent gezonde voeding te verzorgen.

**De rol van school is meer adviserend dan sturend...**

- Driekwart (74%) van de directeuren vindt dat de school een adviserende rol vervult, terwijl 37% de rol van school als sturend ziet.
- Eveneens 37% vindt het de rol van school om ervoor te zorgen dat kinderen op school zo gezond mogelijk eten. Een ruime meerderheid (83%) vindt het de rol van ouders dat kinderen op school zo gezond mogelijk eten.

**...maar school mag wel bepaalde voedingsmiddelen verbieden**

- Bijna drie kwart (73%) van de directeuren is van mening dat school bepaalde voedingsmiddelen mag verbieden. Volgens iets meer dan de helft (53%) kan school inschatten wat gezonde en ongezonde voeding is.

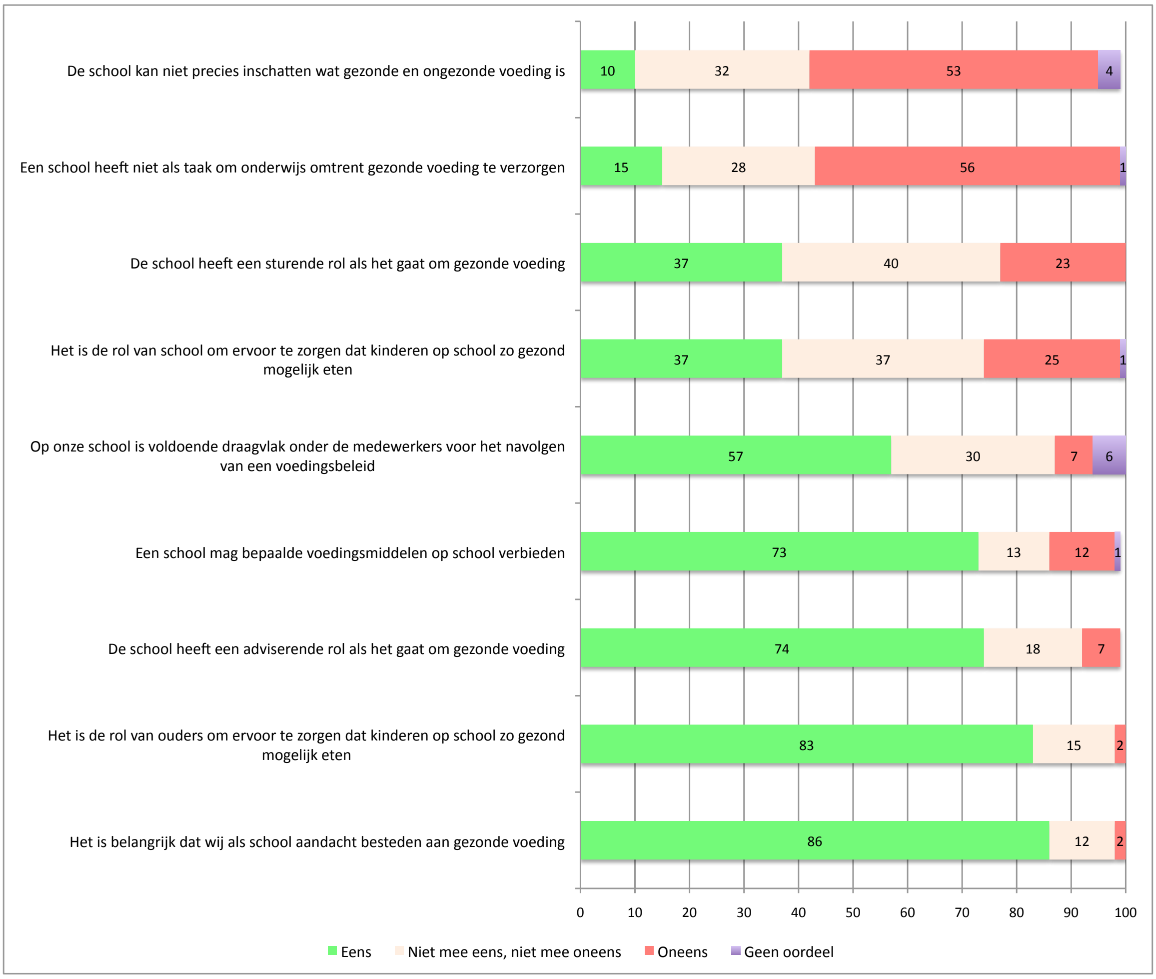
*'Waar begint de verantwoordelijkheid van ouders, en waar die van school? Het blijft de verantwoordelijkheid van ouders. Je mag als school stimuleren dat het gezond is, maar je mag het niet eisen. Wel kun je bewust maken wat gezond is.'*

*'We proberen het in goede banen te leiden. Het gaat een aantal maanden goed, dan verwatert het weer. We kunnen het verbieden, maar zo ver wil ik niet gaan. Zielig voor het kind om het te verbieden.'*

*'Kennisoverdracht ligt bij school, leefstijl niet.'*

**Geef bij elke stelling aan of u het hier mee eens of oneens bent.**

Basis: n = 242 directeuren, weergave in %



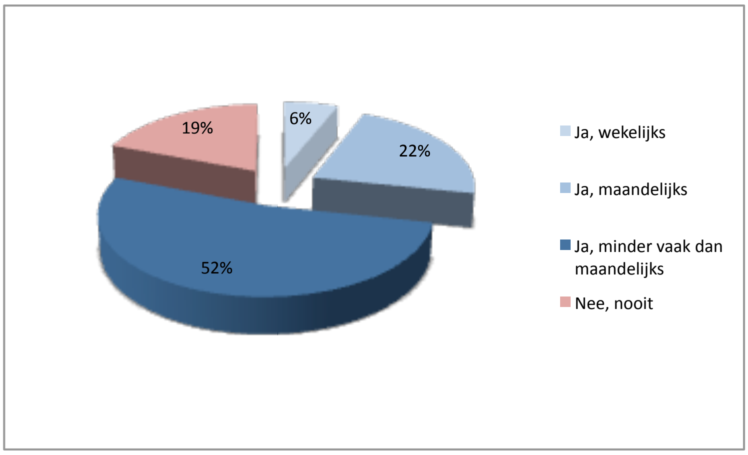

- Al is het voedingsbeleid veelal niet vastgelegd in het schoolbeleid, volgens 57% van de directeuren is er wel voldoende draagvlak onder de medewerkers voor het navolgen van een voedingsbeleid.

# 3. INITIATIEVEN RONDOM VOEDING(SMIDDELEN)

**Een vijfde van de scholen is nooit benaderd door organisaties waarbij het specifiek ging om voeding of voedingsmiddelen**

- De ruime meerderheid van de directeuren (81%) geeft aan dat school wel benaderd is door organisaties, merken, fabrikanten, supermarkten, of tussenpersonen, waarbij het specifiek gaat om voeding of voedingsmiddelen.
- Ruim een kwart wordt minstens maandelijks benaderd, zie het cirkeldiagram hieronder.

**Wordt uw school wel eens benaderd door organisaties, merken, fabrikanten, supermarkten, of tussenpersonen, specifiek als het gaat om voeding of voedingsmiddelen?**
**Let op! Het kan hierbij om van alles gaan; om een samenwerking, om het aanbieden van gastlessen, lespakketten, gratis voedingsmiddelen (samples), etc.**
Basis: n = 242 directeuren, weergave in %




- Initiatieven die spontaan worden genoemd, zijn onder meer: Gezonde School, (EU) Schoolfruit/ Schoolgruit, (Nationaal) Schoolontbijt, Koningsontbijt, AH ik eet het beter/ klassenlunch, lespakketten, Pannenkoekendag, Schoolmelk, smaaklessen, GGD.
  *(Voor een volledig overzicht van de open antwoorden is een bijlage beschikbaar, 'Open antwoorden').*

*'Nationale pannenkoekendag bestaat, dat vind ik niets voor school.'*

*'Ik heb wel eens gehoord van de Mars atletiekdag... Ja, hallo? Hoe kan Mars nou een atletiekdag sponsoren?'*

**In hoeverre zijn onderstaande initiatieven bij u bekend?**
Basis: n = 242 directeuren, weergave in %

| | Mee bekend, en doen we aan mee | Mee bekend, maar doen we niet aan mee | Niet mee bekend |
|---|---|---|---|
| Koningsontbijt | 81% | 18% | 1% |
| Nationaal Schoolontbijt | 67% | 32% | 0% |
| EU Schoolfruit | 40% | 54% | 6% |
| Ik eet het beter | 36% | 37% | 27% |
| Schoolmelk | 24% | 73% | 3% |
| Nationale Pannenkoekdag | 19% | 57% | 24% |

**Deelname aan initiatief alleen wanneer het bij onderwijsprogramma past**

- Van de directeuren geeft 92% aan dat zij als school alleen meedoen aan een initiatief rond voeding als het binnen het onderwijsprogramma past.
- 55% van de directeuren geeft aan niet mee te doen aan commerciële initiatieven.

*'Schoolfruit is een gezonde actie, dus daar heb ik gelijk op ingeschreven. Er staan geen merken op. Posters op school met fruit en groente, welke er bestaan.'*

*'Pannenkoeken bakken voor ouderen in de buurt... Ik zie de omzet van het bedrijf al stijgen. Het moet wel onderwijskundig verantwoord zijn.'*

*'Het schoolontbijt vinden leerlingen heel gezellig. Iedereen ontbijt wel thuis, dus het gaat niet om de educatie.'*

*'Het moet wel passen binnen je onderwijscurriculum; het moet linken met cultuur, biologie bijvoorbeeld, je moet het kunnen verantwoorden. De grens is: levert het kinderen iets op?'*

**Vier op de vijf directeuren willen zelf kunnen kiezen of de school met een voedselproducent samenwerkt**

- 81% vindt dat school zelf moet kunnen kiezen of zij samenwerken met een voedselproducent. Twee derde van de directeuren (66%) is van mening dat de neutraliteit ter discussie kan komen te staan door de verbintenis met een commercieel bedrijf.
- Een even groot deel van de directeuren (67%) geeft aan dat sponsoring met voedingsproducten in het primair onderwijs nodig is om bepaalde activiteiten (zoals het Nationaal Schoolontbijt of het Koningsontbijt) te kunnen organiseren.
- Bijna de helft van de directeuren is van mening dat voedingsproducenten met scholen mogen samenwerken om gratis voedingsproducten te verspreiden, zolang deze voedingsproducten maar gezond zijn, 21% is het hier niet mee eens.

*'Soms moet je een uitzondering maken, dus we doen wel mee aan het Koningsontbijt, puur omdat het een feestdag is. Alles komt van de Jumbo, allemaal merken van Jumbo. Kinderen staan daar niet bij stil, ze zien de merken niet.'*

*'Het schoolontbijt is sponsoring, want we krijgen het aangeboden.'*

*'Kinderen weten niet waar het vandaan komt, dus Venz is niet te zien, want we gooien de hagelslag in bekertjes, omdat het verdeeld moet worden.'*

*'Het Nationale Schoolontbijt is wel reclame, ja. Dat moet wel om het te kunnen betalen. Ze stellen het ter beschikking, anders kan het niet. Noodzakelijk kwaad, het kan niet merkloos.'*

*'Reclamebeleid, daar ben ik niet zo strikt in. Ik ben er eigenlijk tegen, maar als het ons iets oplevert, doe ik mee.'*

*'Elke vorm van reclame vind ik lastig, maar dat is de manier waarop het betaald wordt.'*

**Basisschool steeds meer gezien als middel om producten of merken onder de aandacht van kinderen te brengen**

- 47% van de directeuren geeft aan dat de basisschool steeds meer wordt gezien als middel om producten en diensten onder de aandacht van kinderen te brengen, bijna een vijfde is het hier (18%) niet mee eens.

*'We worden overvallen door waar we aan mee kunnen doen. Ik ben daar terughoudend in. Het moet echt bij onderwijs en de jaarplanning passen.'*

*'Er bereiken ons berichten om dingen uit te delen, promotiematerialen, dat doen we niet als er een commercieel doel achter zit.'*

**Geef bij elke stelling aan of u het hier mee eens of oneens bent.**
Basis: n = 242 directeuren, weergave in %




**Overheid moet strengere regels maken voor voedselmarketing gericht op kinderen**

- Bijna de helft van de directeuren (48%) vindt dat de overheid strengere regels moet maken voor voedselmarketing gericht op kinderen. Ruim een kwart (27%) vindt zelfs dat het verboden moet worden. Echter, het percentage directeuren dat vindt dat voedselmarketing gericht op het primair onderwijs verboden moet worden is nagenoeg even groot als het percentage dat een verbod niet nodig vindt; 27% versus 30%. Opvallend is dat het merendeel van de directeuren (38%) het niet eens/niet oneens is met de stelling en 5% geeft geen oordeel.

*'De overheid moet de vraag stellen in welke mate ze scholen verantwoordelijk willen maken. Wat is precies de taak van scholen?'*

*'De overheid en voedingsorganisaties moeten zichzelf serieus nemen. Bijvoorbeeld het Nationale Schoolontbijt, dat is een geweldig initiatief, maar neem het serieus en geef er dan echt een goed voorbeeld mee. Dat is nu niet het geval, met witbrood, hagelslag, de vele plastic verpakkingen. De overheid zou beter moeten weten.'*

# 4. RECLAME(WIJSHEID) OP SCHOOL

**Zes op de tien heeft reclamewijsheid niet opgenomen in onderwijsprogramma**

- 3% van de directeuren geeft aan dat voor alle groepen reclamewijsheid is opgenomen in het onderwijsprogramma van school, ruim een derde (36%) voor sommige groepen en 61% niet.
- Al is reclamewijsheid volgens 61% niet opgenomen in het onderwijsprogramma, volgens 76% van de directeuren leren kinderen op school wel kritisch te zijn ten opzichte van reclame(boodschappen).
- Volgens 24% van de directeuren herkennen kinderen in het basisonderwijs reclameboodschappen niet, volgens 33% wel.

*'Mediawijsheid bieden we wel aan, in groep 6, 7 en 8, paar keer per jaar, vanuit burgerschapskunde. Daar komt een stukje reclamewijsheid in voor, kan ik me voorstellen.'*

*'We moeten ze leren dat je goed moet nadenken of informatie die je krijgt wel werkelijkheid is. Is het wel echt? Niet alles wat je leest op internet is waarheid, daar zit ook een stukje reclame bij.'*

**Volgens zes op de tien directeuren worden kinderen op school blootgesteld aan reclame**

- 38% van de directeuren geeft aan dat kinderen op hun school niet worden blootgesteld aan reclame (in het algemeen), volgens 62% gebeurt dit wel.
  60% van de directeuren geeft dan ook aan dat het kan voorkomen dat kinderen tijdens schooltijd blootgesteld worden aan reclame voor voedingsmiddelen.

**Een school mag niet als reclamekanaal worden gebruikt**

- 86% van de directeuren is van mening dat een school niet als reclamekanaal mag worden gebruikt.
- Vier op de tien vinden dat kinderen op school niet aan voedingsreclame mogen worden blootgesteld (al gebeurt dit volgens 60% dus wel). Volgens ruim een derde (35%) mag dit ook niet zolang het gaat om reclame voor gezonde voeding, 29% vindt dat reclame voor gezonde voeding wel mag.

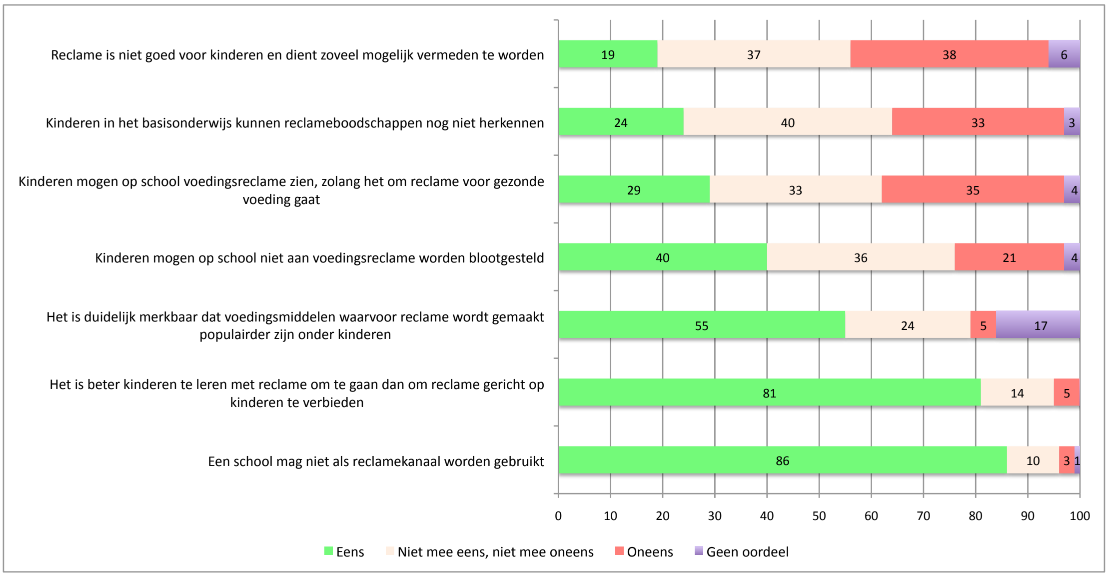
**Het is beter kinderen te leren omgaan met reclame dan om reclame te verbieden**

- Volgens 19% van de directeuren is reclame niet goed voor kinderen en dient het zoveel mogelijk vermeden te worden. 38% is het hier niet mee eens.
- De ruime meerderheid van directeuren (81%) vindt het beter om kinderen te leren omgaan met reclame dan om het te verbieden.

*'Reclamewijsheid, kritisch zijn, het bevorderen van een kritische houding van kinderen wil ik groter maken. Dat gebeurt nu nog te weinig.'*

**Geef bij elke stelling aan of u het hier mee eens of oneens bent.**

Basis: n = 242 directeuren, weergave in %




**Voedingsmiddelen waarvoor reclame wordt gemaakt zijn populairder onder kinderen**

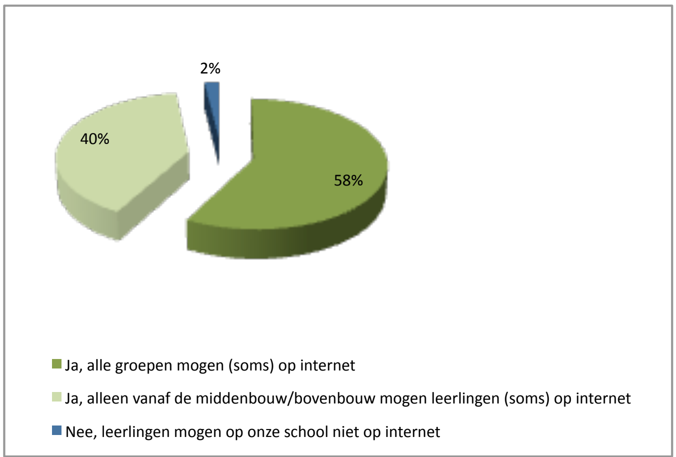
- Volgens meer dan de helft van de directeuren (55%) is het duidelijk merkbaar dat voedingsmiddelen waarvoor reclame wordt gemaakt populairder zijn onder kinderen. Bijna een vijfde (17%) heeft hier geen oordeel over.

*'Ik begrijp best dat ouders er last van hebben dat kinderen K3-chips willen uitdelen. Het wordt wel heel aantrekkelijk gemaakt om dat te kiezen, ze doen dat heel sneaky.'*

# 5. ONLINE (RECLAME-)OMGEVING OP SCHOOL

**Maken de leerlingen bij u op school gebruik van het internet?**

Basis: n = 242 directeuren, weergave in %




**Op de meeste scholen mogen kinderen (vanaf midden-/bovenbouw) op internet**

- Volgens 58% van de directeuren mogen alle groepen (soms) op internet, bij 40% alleen vanaf de midden- of bovenbouw en 2% van de directeuren geeft aan dat leerlingen op school niet op internet mogen.

*'Op internet mogen ze vanaf groep 5, we hebben een internetcontractje, er zijn een aantal regeltjes, maar er is geen beveiliging. Ze werken het meest op software die wij aanschaffen, daar zit geen reclame in.'*

**Meeste leerlingen kunnen op school, als zij gebruik maken van de computers, in contact komen met online advertenties**

- Volgens 80% van de directeuren gebeurt dat soms, vaak of zelfs (bijna) altijd bij gebruik van de computers. Zie onderstaand overzicht.

**Kan het op uw school voorkomen dat leerlingen, wanneer zij gebruik maken van de computers op school, in contact komen met online advertenties?**

Basis: n = 242 directeuren, weergave in %

| | |
|---|---|
| • Dat gebeurt (bijna) altijd | 6% |
| • Dat gebeurt vaak | 12% |
| • Dat gebeurt soms | 62% |
| • Dat gebeurt zelden of nooit | 20% |

**De directeuren is gevraagd het antwoord toe te lichten. Hieronder enkele toelichtingen:**

⇒ 'Bij het zoeken naar informatie worden kinderen veel geconfronteerd met reclames. Navraag leert mij wel dat zij de berichten zien, maar desondanks negeren.'

⇒ 'Ook op educatieve websites is reclame.'

⇒ 'Door middel van een filter worden kinderen beschermd.'

⇒ 'Dat hoort bij onze nieuwe wereld. Leren daarmee om te gaan is een doelstelling.'

⇒ 'Als leerlingen informatie opzoeken en een filmpje vinden van YouTube komt er wel eens reclame in voor.'

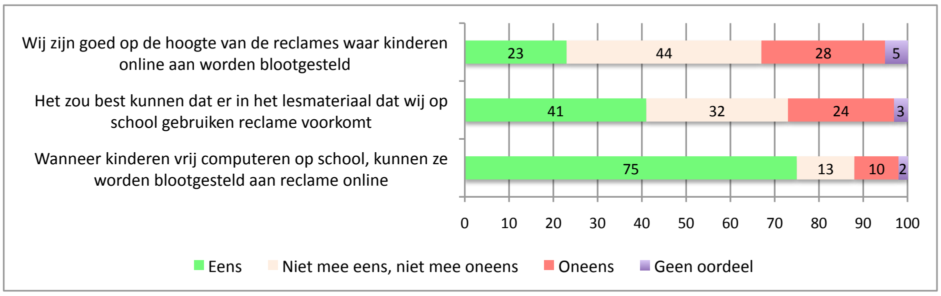
- ⇒ 'Als kinderen op internet (Google) iets opzoeken, dan kan dat gebeuren. Daarnaast worden wel eens filmpjes van YouTube getoond door leerkrachten en dan zit daar vaak een reclame bij, helaas.'
- ⇒ 'Dat kan in principe wel gebeuren, maar we hebben leerlingen geleerd om te melden, wanneer ze iets raars tegenkomen.'
- ⇒ 'Tijdens Google krijg je al reclames, YouTube ook.'
- ⇒ 'Kinderen moeten voor werkstukken e.d. op internet zoeken. Natuurlijk komen ze dan advertenties tegen. Ook als een leerkracht op het digibord iets zoekt is dit zichtbaar.'
- ⇒ 'Op bijna elke internetpagina is tegenwoordig wel een of andere reclame te vinden. Wij leren de kinderen de betekenis ervan en kritisch na te denken in plaats van de reclames af te schermen of te voorkomen. Ze zien ze thuis ook.'
- ⇒ 'Probeer maar eens gebruik te maken van internet zonder reclame tegen te komen.'
- ⇒ 'Ze doen vaste educatieve spellen en komen dan geen reclame tegen.'
- ⇒ 'We werken met filters en blockers, maar dan kan het nog voorkomen. Het internet is groot.'

**Minderheid van directeuren goed op de hoogte van de online reclames waar kinderen aan blootgesteld worden.**

- ► Volgens 75% van de directeuren kunnen kinderen wanneer zij vrij computeren op school, blootgesteld worden aan reclame online. En volgens 41% zou het best kunnen dat er in het lesmateriaal dat op school gebruikt wordt reclame voorkomt (24% denkt dit niet).
  De minderheid van directeuren (23%) is van mening dat zij goed op de hoogte zijn van de reclames waar kinderen online aan worden blootgesteld, 28% vindt dat zij niet goed op de hoogte zijn en de meerderheid van directeuren (44%) is het niet eens, maar ook niet oneens met de stelling.

*"Soms mogen ze vrij computeren, dan weet je het niet zeker"*

**Geef bij elke stelling aan of u het hier mee eens of oneens bent.**
Basis: n = 242 directeuren, weergave in %



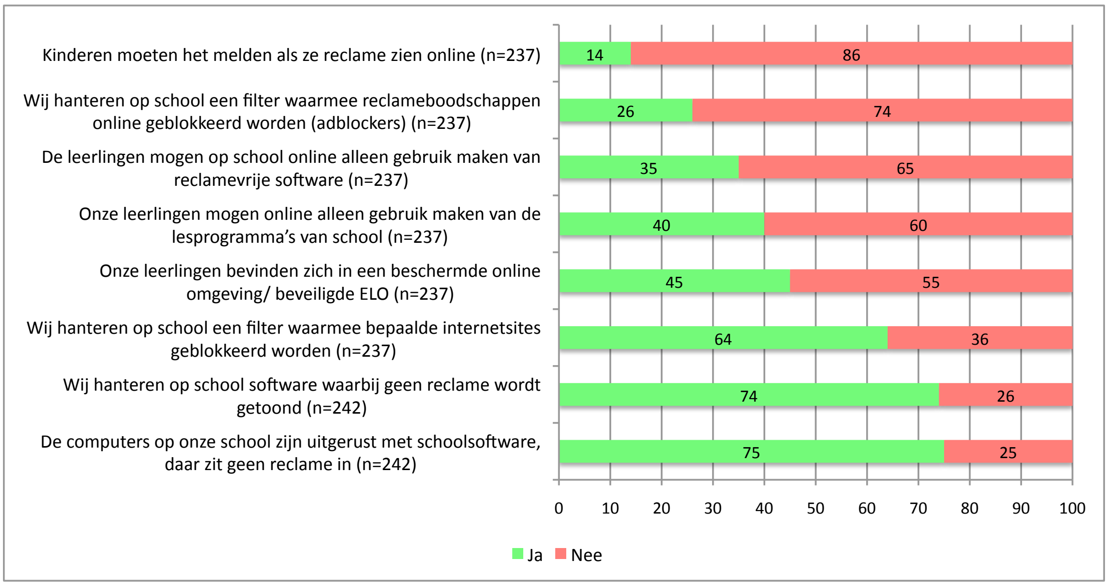



YOUNGWORKS

# 6. MAATREGELEN OM BLOOTSTELLING (ONLINE) RECLAME TE VOORKOMEN

**Er kunnen op een school maatregelen worden genomen om te voorkomen dat kinderen aan reclame kunnen worden blootgesteld. Welke maatregelen of regels worden er op uw school gehanteerd?**
Basis: is per vraag weergegeven:

- n = 242 directeuren (allen)
- n = 237 directeuren (exclusief directeuren die hebben aangegeven dat op school geen internet wordt gebruikt)




**Al gebruiken de meeste directeuren schoolsoftware waar geen reclame in zit, alsnog worden kinderen blootgesteld aan online reclame**

- Driekwart van de directeuren geeft aan dat de computers op school uitgerust zijn met schoolsoftware, waarbij geen reclame wordt getoond.
  Dat betekent niet dat kinderen niet blootgesteld kunnen worden aan online reclame, want volgens 65% van de directeuren is het niet zo dat de leerlingen alleen gebruik mogen maken van reclamevrije software. Bij ruim een derde van de directeuren (35%) geldt op school wel de regel dat leerlingen online alleen gebruik mogen maken van reclamevrije software of volgens 40% alleen van lesprogramma's van school.

**Een kwart van de directeuren hanteert een filter waarmee reclameboodschappen geblokkeerd worden**

- Bijna twee derde (64%) hanteert op school een filter waarmee bepaalde internetsites worden geblokkeerd en een kwart (26%) hanteert een filter waarmee reclameboodschappen online geblokkeerd worden (adblockers).

*'We willen het ze wel leren, dus gebruiken we geen adblockers. Bewust, ze moeten leren ermee om te gaan.'*

*'Kinderen mogen niet zomaar op internet, wel om dingen op te zoeken. Ik weet niet of daar een filter op zit, ik denk het wel.'*

- Volgens iets meer dan de helft van de directeuren (55%) bevinden de leerlingen zich niet in een beschermde online omgeving/beveiligde ELO.

- 86% van de directeuren geeft aan dat leerlingen het niet hoeven te melden als ze reclame zien online.

*'De computers maken gebruik van programma's die ze vanuit de methodes gebruiken, dat is allemaal beschermd.'*